

LA REVUE DE PRESSE

SOMMAIRE

POP UP RETAIL

Acne Studios - Shanghai, Chine
Jacquemus - «Le Valérie»
Max Mara - Chengdu Taikoo Li, Chine
Moncler - Pékin, Chine
Saucony - Chengdu Taikoo Li, Chine
Schiaparelli - Dubaï Mall
Swarovski - Paris, France

STORE DESIGN

Acne Studios - Bangkok, Thaïland
Aesop - Hambourg, Allemagne
Alaïa - Paris, France
AMI - Bruxelles Bay, Belgique
Amouage - Riyadh, Arabie Saoudite
Bottega Veneta - Amsterdam, Pays-Bas
Casa LOEWE - Paris, France
CELINE - Milan, Italie
Lalique - Paris, France
Lavish Store - Koweït
Polène - Copenhague, Danemark
Saint Laurent - Paris, France
TOTEME - Paris, France

HOSPITALITY

FCC Café - Paris, France
OAKV Healthcare - Oakville, Canada

FOCUS SUR...

Dior Christmas autour du monde

NEWS

Belmond - Paris, France
Le Grand Musée du Caire - Le Caire, Egypte

**POOP
UP**

RETAIL

POP-UP RETAIL

Acne Studios, Shanghai



Acne Studios déploie son pop-up festif à Shanghai

À Shanghai, le centre commercial Taikoo Hui accueille un pop-up immersif signé Acne Studios, pensé comme une réinterprétation artistique de son emblématique nœud. Conçu à partir de matériaux réemployés, l'espace se déploie dans une palette entièrement rose, véritable signature visuelle de la maison.

Habillé de toile brute en façade, clin d'œil aux prémices de la création, le pavillon révèle à l'intérieur un univers sculptural fidèle à l'esthétique de la marque. En collaboration étroite avec l'équipe créative d'Acne Studios, les designers ont imaginé la direction artistique globale de cette campagne festive, destinée à être déclinée dans les espaces retail du monde entier.

Plus d'infos [ICI](#)

POP-UP RETAIL

Jacquemus, Le Valérie



Jacquemus inaugure son concept Market avec le sac Le Valérie

Mercredi, Jacquemus a dévoilé son nouveau sac Le Valérie, de la collection Le Paysan, dans ses boutiques emblématiques de Paris, Los Angeles, Londres et New York. Pour l'occasion, chaque magasin a été transformé en un marché immersif, fidèle au concept Market déjà présenté lors de l'ouverture de la boutique de Los Angeles en avril.

Les visiteurs ont pu découvrir les deux tailles du sac, en cuir de veau, daim ou chèvre, et choisir de le personnaliser avec des charms et un embossage de leurs initiales réalisé sur place par un artisan. Le décor, avec ses caisses de fruits et légumes et son ambiance chaleureuse, créait un véritable univers sensoriel où le sac devenait le centre de l'expérience.

À travers ces boutiques, Jacquemus mêle création, héritage et interaction, offrant aux visiteurs un regard poétique sur la féminité et son univers créatif.

“LE VALÉRIE”



"LE VALÉRIE"





FRUITIERE
JACQUES
Les Jardins

FRUITIERE
JACQUES
Les Jardins

POP-UP RETAIL

Max Mara, Chine



Max Mara transporte les landes anglaises à Chengdu

À Chengdu Taikoo Li, Max Mara propose une expérience immersive qui fait dialoguer littérature, paysage et mode. Intitulée *Rebellious Heroine*, l'activation transforme l'East Plaza en véritable décor de cinéma, évoquant l'atmosphère sauvage des landes anglaises chères aux sœurs Brontë.

La maison italienne y déploie un parcours sensoriel où la rudesse romantique des Highlands britanniques rencontre l'élégance maîtrisée de sa collection automne-hiver. Entre paysages recréés, ambiance brumeuse et scénographie théâtrale, les visiteurs sont invités à s'évader dans un univers où nature et sophistication se répondent.

Avec cette installation, Max Mara confirme son goût pour les narrations fortes et son ambition de faire de la mode une expérience immersive à part entière.

Le pop-up de Shanghai inaugure ainsi une série de déploiements internationaux au sein des flagships et boutiques de la griffe, marquant une nouvelle étape dans son langage visuel saisonnier.

MaxMara

MaxMara
maxmara.com





POP-UP RETAIL

Moncler, Pékin



Moncler transporte Courchevel à Pékin avec un pop-up immersif

Moncler installe l'esprit de Courchevel en plein cœur de Pékin avec un pop-up immersif A/H 2025 dans le magasin SKP. Pensé comme un univers futuriste en haute altitude, l'espace recrée l'atmosphère du défilé alpin grâce à un jeu de lumières, de sons et une scénographie dynamique.

Au centre, une sculpture argentée de skieur domine l'installation, entourée de la collection complète Moncler Grenoble. Les visiteurs peuvent également bénéficier des conseils d'experts sur les innovations techniques et les performances des pièces.

Cette expérience éphémère, qui mêle art, technologie et énergie alpine, offre aux citadins un avant-goût unique de la saison de ski, sans quitter Pékin.

Plus d'infos [ICI](#)

POP-UP RETAIL

Saucony, Chine



Saucony crée une expérience immersive à Canton autour de son héritage

À Taikoo Hui, Guangzhou, Saucony présente Tracing the Source of the Stream, un pop-up immersif qui relie l'histoire de la marque à la culture de l'eau de la ville. Inspiré des origines de Saucony, née près d'un ruisseau en Pennsylvanie, le projet fait écho à Canton, elle aussi profondément marquée par ses rivières.

L'espace raconte ce lien à travers une scénographie fluide : au centre, une installation circulaire en bois et pierre blanche, et tout autour cinq zones où l'on découvre les produits, l'histoire de la marque et un café éphémère en partenariat avec Green House.

L'expérience continue hors du pop-up grâce à une collaboration avec le collectif local Hard Top Club, qui propose des parcours de course dans la ville, renforçant le lien entre sport, culture et communauté.



Plus d'infos [ICI](#)

POP-UP RETAIL

Schiaparelli, Dubai Mall



Schiaparelli déploie son univers surréaliste à Dubai Mall.

Maison Schiaparelli transporte l'esprit de 21 Place Vendôme à Dubaï avec un pop-up spectaculaire ouvert le 1er décembre dans le Dubai Mall. Pour une durée de trois mois, l'espace invite les visiteurs à plonger dans l'univers surréaliste et lumineux de la Maison, où mode, art et fantaisie se rencontrent.

Situé dans Fashion Avenue, le pop-up se présente comme un écrin architectural doré. Ses murs, rappelant le laiton martelé, scintillent et intègrent des reliefs subtils des symboles emblématiques de Schiaparelli, revisités dans une vision contemporaine du luxe surréaliste.

À l'intérieur, l'atmosphère évoque les salons de 21 Place Vendôme, avec des contrastes poétiques entre doré et laque noire, recréant l'esprit des espaces originaux conçus par Jean-Michel Frank pour Elsa Schiaparelli. L'installation offre ainsi une expérience immersive unique pour la clientèle internationale de la Maison.





POP-UP RETAIL

Swarovski, Paris



Un pop-up étincelant : Swarovski transforme le retail à Paris

Swarovski transpose son univers de lumière, d'artisanat et d'héritage dans un espace éphémère à Paris, au pied de l'Arc de Triomphe. Ce pop-up transforme la visite en expérience immersive, où le storytelling de la marque se vit directement, mêlant découverte des collections et immersion culturelle.

Plus qu'un simple point de vente, l'espace agit comme un véritable lieu de rencontre entre luxe et créativité, mettant en avant l'expertise et l'histoire de la Maison tout en proposant une vision moderne du retail expérientiel. Avec cette initiative, Swarovski renforce son lien avec la capitale française et explore de nouvelles façons d'engager ses visiteurs.

Plus d'infos [ICI](#)

**STUDIO
PRE
DESIGN**

STORE DESIGN

Acne Studios, Bangkok



Acne Studios

Première boutique Acne Studios dans la capitale thaïlandaise.

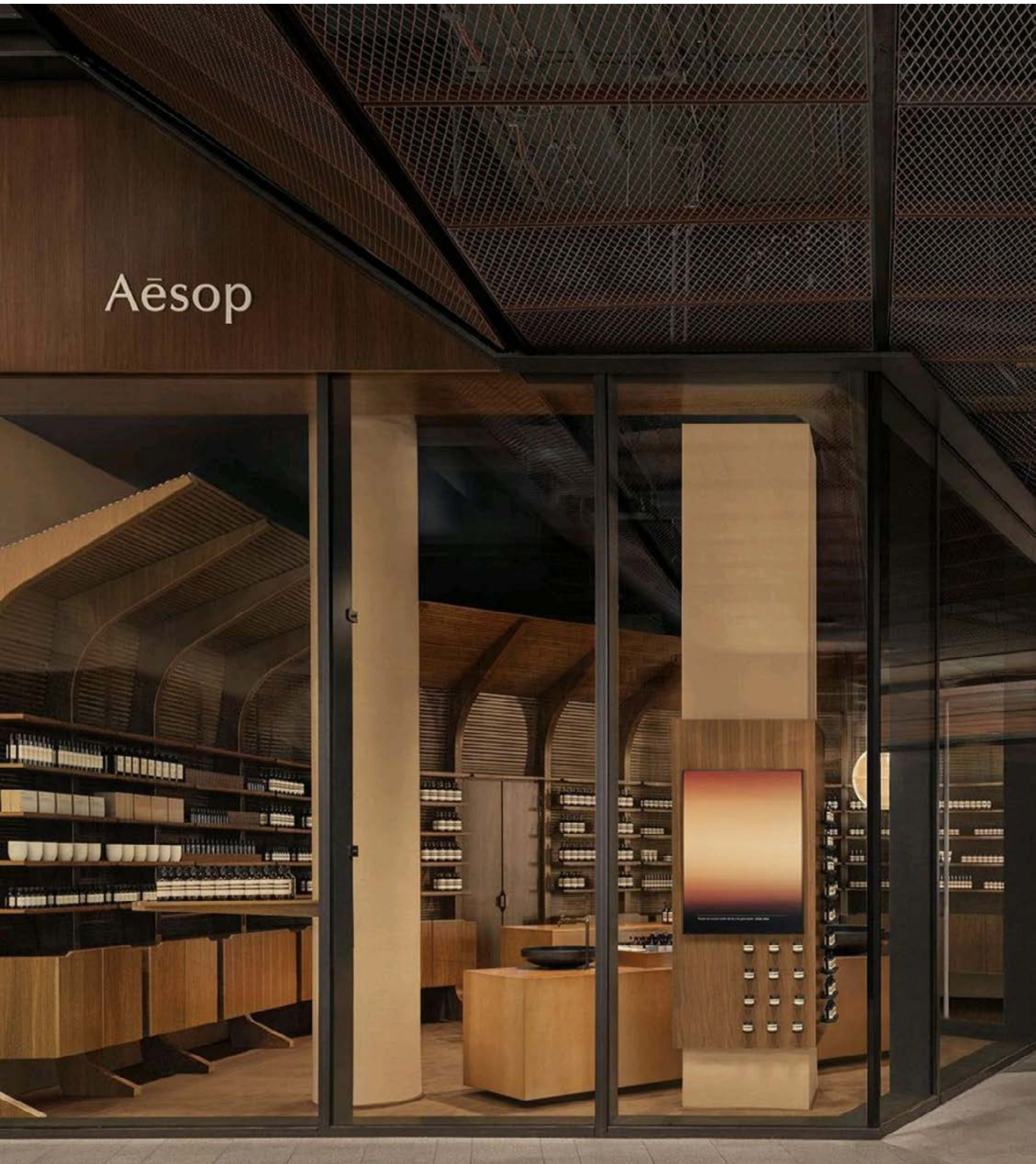
Installée au rez-de-chaussée d'un quartier très fréquenté, la boutique adopte le nouveau langage esthétique de la maison. Conçu par Jonny Johansson et le cabinet suédois Halleröd, l'intérieur met en scène un décor épuré dominé par le granit rose, présent sur la façade, les dalles de sol et deux piliers centraux. Les murs, enduits de blanc, servent d'écrin à un mobilier minimaliste : comptoir en métal, étagères modulaires, portants élégants, canapés en tissu tufté signés Max Lamb et imposants présentoirs noirs. La boutique propose une sélection de prêt-à-porter masculin et féminin, accessoires, sacs, petite maroquinerie, chaussures, bijoux et lunettes.





STORE DESIGN

Aesop, Hambourg



Westfield Hamburg accueille la nouvelle adresse beauté Aesop.

Westfield Hamburg-Überseequartier accueille une nouvelle adresse beauté : la marque australienne Aesop s'installe entre Calida et Gant, au niveau 0.

La boutique propose les soins de la peau et des cheveux de la marque, reconnus pour allier qualité et bien-être, transformant les gestes du quotidien en petits moments de luxe.

Le design intérieur s'inspire de la construction navale, en parfaite résonance avec l'histoire maritime de l'Überseequartier, offrant aux visiteurs un espace élégant et apaisant pour découvrir les produits Aesop.

Aēsop

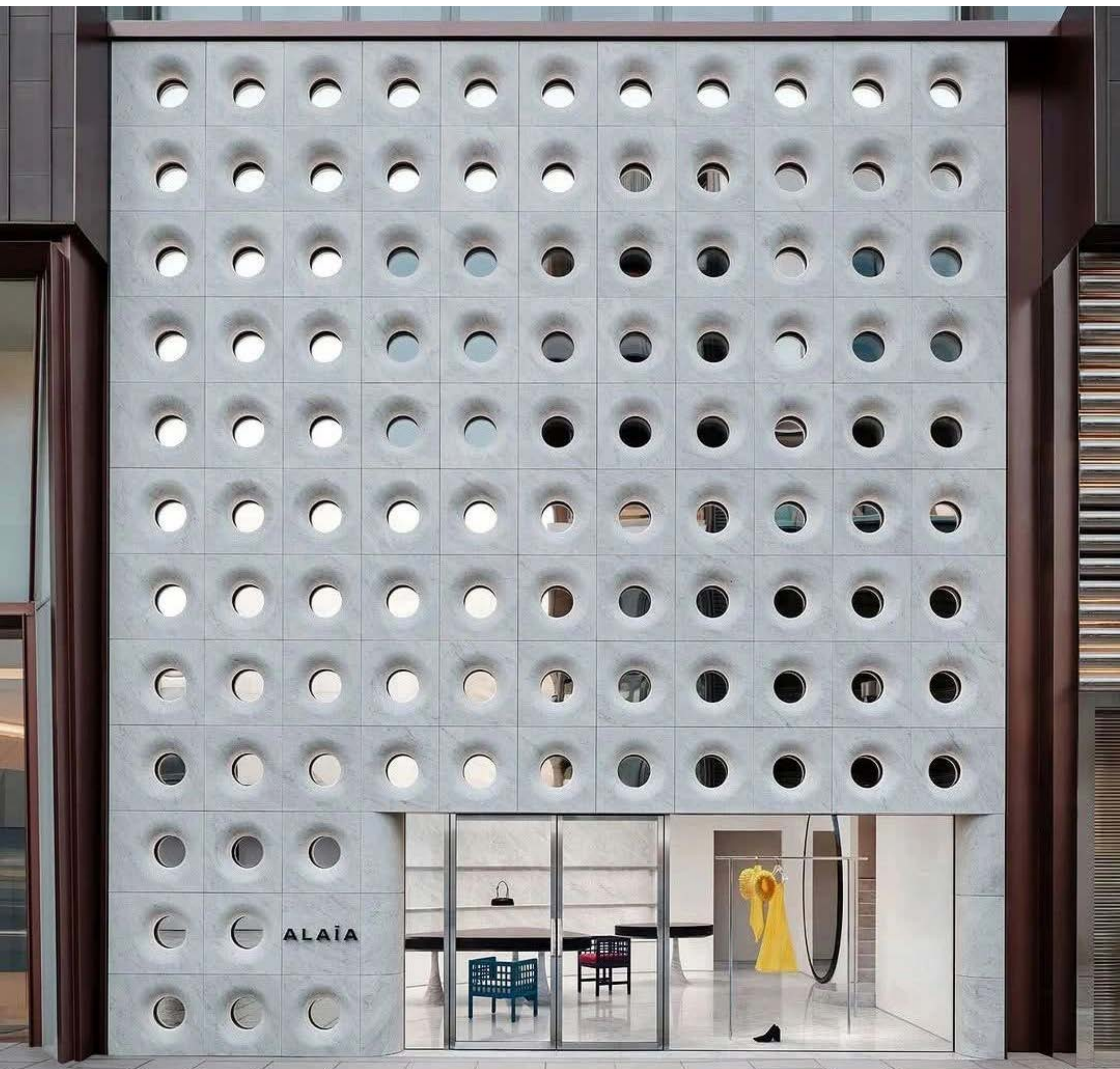






STORE DESIGN

Alaïa, Paris



Alaïa dévoile une boutique sculpturale entre courbes et géométrie

À Paris, la maison Alaïa signe un nouvel espace retail où lignes organiques et formes géométriques dialoguent pour refléter l'esprit dual de la marque. Au rez-de-chaussée, une large étagère en marbre ancre la pièce tandis que des podiums sculpturaux semblent émerger de l'architecture, intégrant le mobilier à la composition de l'espace.

Deux grandes assises cubiques, conçues par Paul Poiret, viennent accentuer la tension entre douceur et structure. À l'étage, l'ambiance se fait plus intimiste, offrant un écrin pour l'ensemble des collections Alaïa, du prêt-à-porter aux accessoires. Les sièges signés Philippe Malouin encadrent les vues vers les ouvertures arrondies dessinées par le studio Halleroed, où la géométrie des fenêtres rythme la boutique.

À travers pierre, mobilier et interplay entre courbes et plans, le nouvel espace souligne l'importance du savoir-faire et de l'artisanat dans l'univers Alaïa.







STORE DESIGN

AMI, Bruxelles



AMI ouvre sa première boutique à Bruxelles.

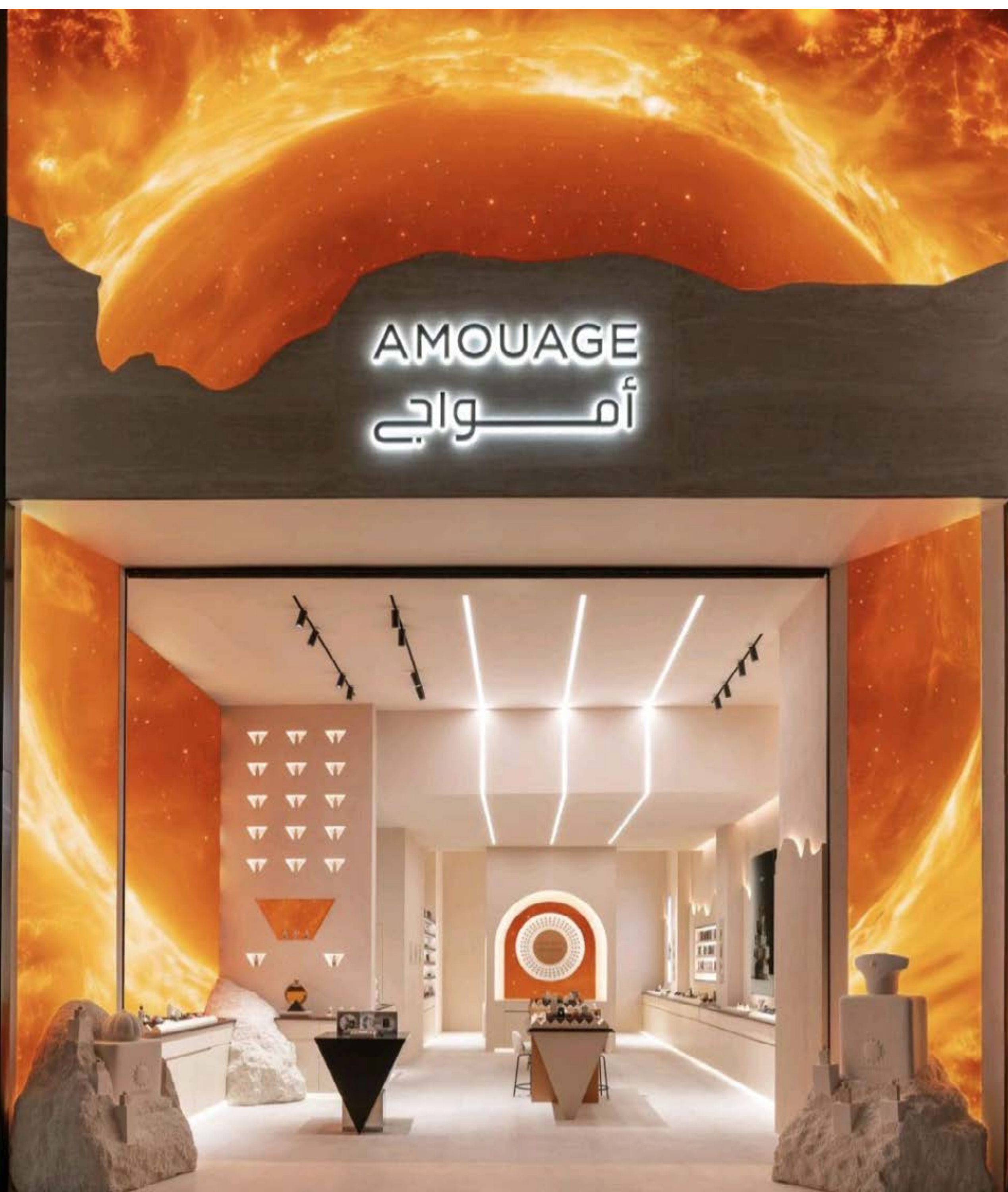
Installée au rez-de-chaussée de l'Hôtel du Chastel de la Howarderie, un manoir néoclassique du XVIIIe siècle. Le magasin de 190 m² adopte les nouveaux codes esthétiques de la marque : palette beige, murs immaculés, parquet en bois, mobilier ancien soigneusement choisi et détails en laiton brillant. Les cheminées d'époque et la configuration originale des deux pièces ont été conservées, apportant charme et caractère. La boutique propose l'ensemble des collections AMI pour hommes et femmes : prêt-à-porter, accessoires, sacs, petite maroquinerie, chaussures et lunettes.





STORE DESIGN

Amouage, Riyadh

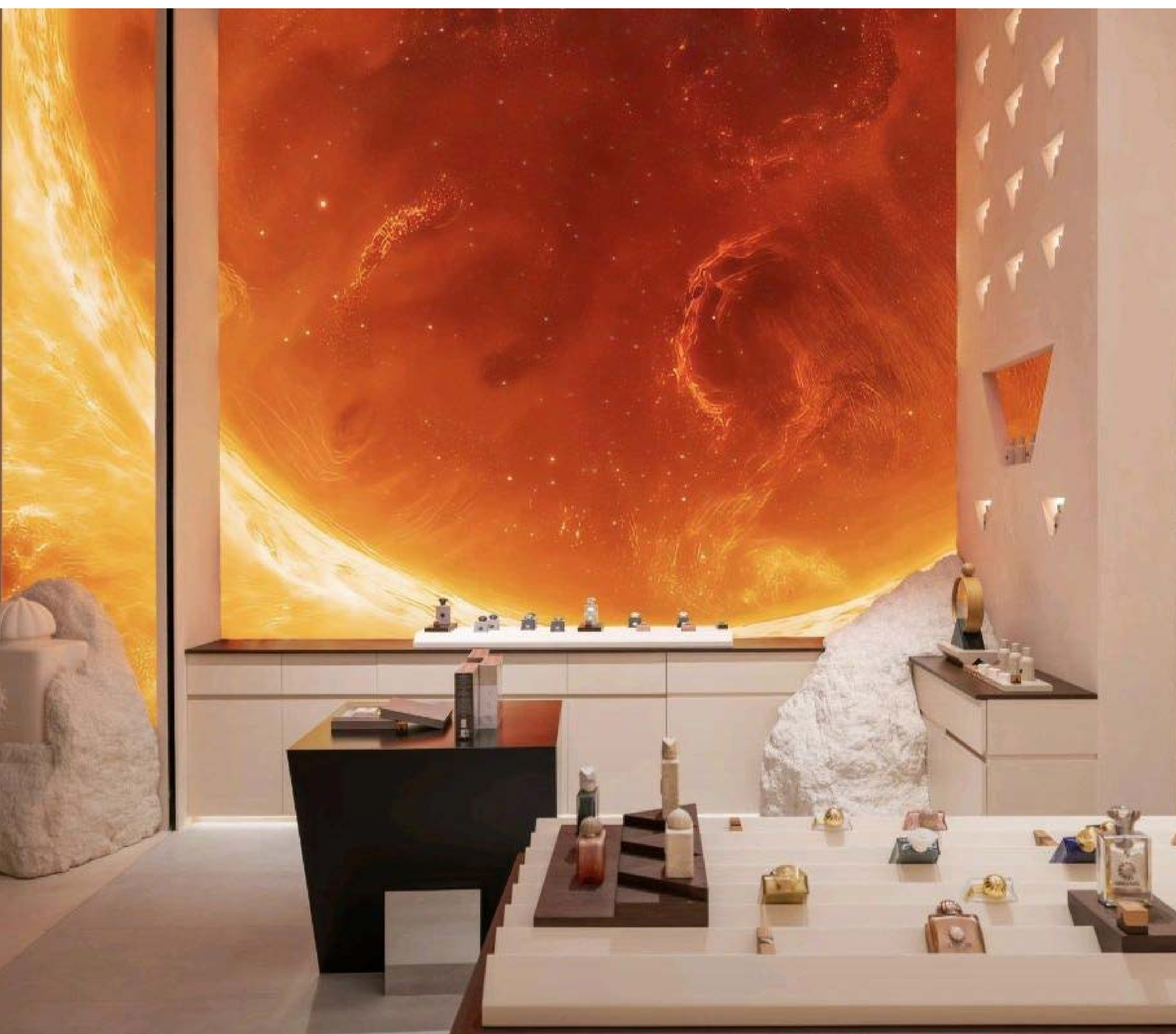


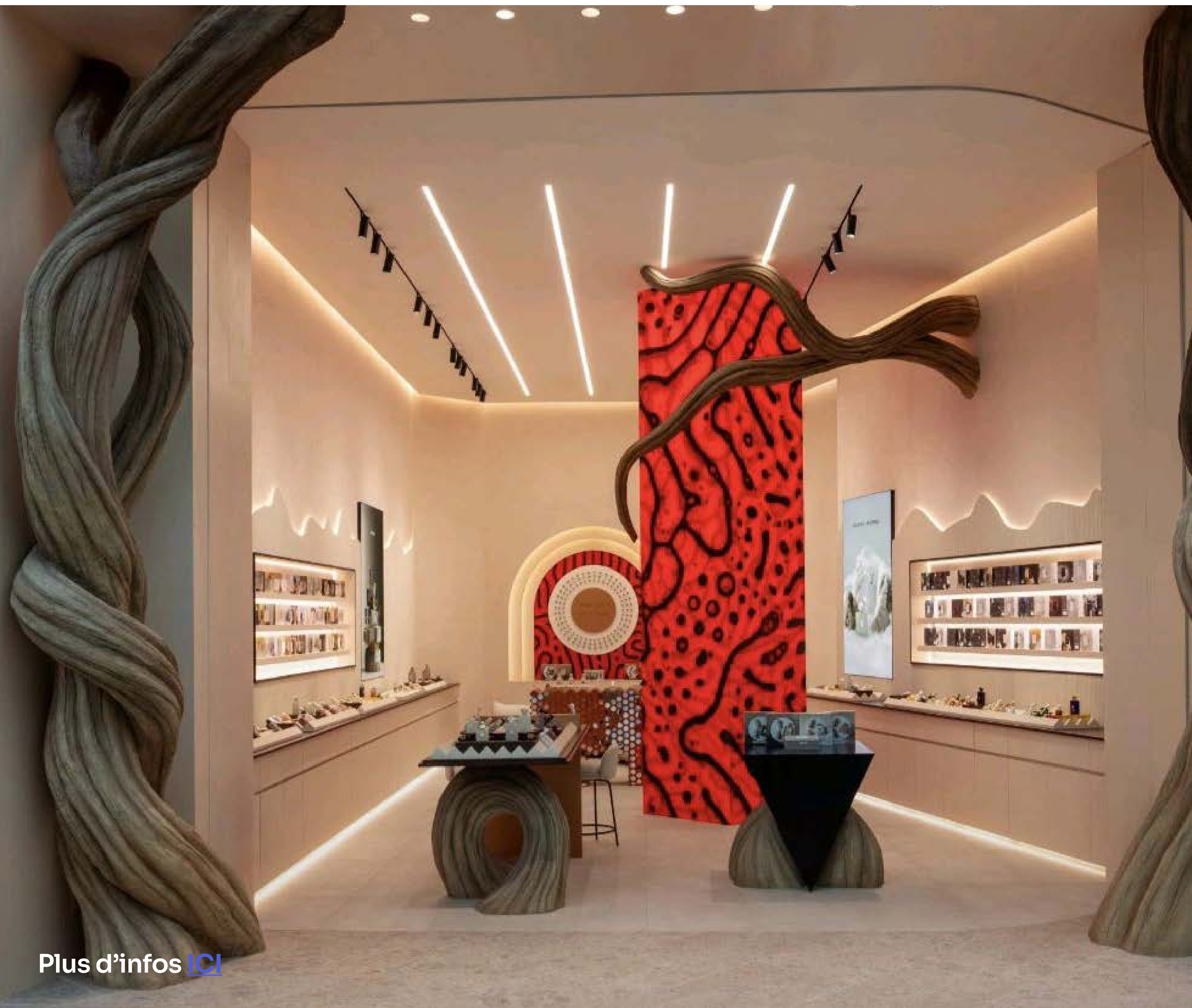
Amouage célèbre la résilience avec sa nouvelle boutique Still Growth à Riyadh

Amouage inaugure sa nouvelle boutique au Solitaire Mall avec Still Growth, un concept inspiré de l'arbre Khejri, symbole de lien entre Oman et l'Arabie saoudite. L'espace incarne la beauté d'une forme suspendue entre immobilité et transformation, reflétant à la fois le rythme changeant de Riyadh et la capacité de l'arbre à prospérer dans des conditions extrêmes.

L'architecture joue avec des branches sculpturales qui guident le regard comme des rubans de parfum, tandis qu'un auvent monumental à l'entrée accueille les visiteurs avec un sentiment de merveille. À l'intérieur, textures et lumière traduisent une croissance maîtrisée, avec des racines qui émergent des murs et se prolongent vers des écrans totem aux ferrofluides mouvants, symbolisant le processus de croissance.







STORE DESIGN

Bottega Veneta, Amsterdam



Bottega Veneta a déménagé sa boutique d'Amsterdam vers un espace plus grand dans un bâtiment historique de 333 m² sur trois étages. Le nouveau magasin, conçu par l'équipe milanaise de la marque, met en avant des matériaux nobles comme le terrazzo et le noyer italien, créant une atmosphère chaleureuse et raffinée. L'aménagement inclut aussi un salon privé pour la clientèle. Cette ouverture s'inscrit dans la stratégie mondiale de rénovation et d'expansion des boutiques, poursuivie sous la direction créative de Louise Trotter. La boutique propose une offre élargie de vêtements, accessoires, articles pour la maison et parfums pour femmes et hommes.







STORE DESIGN

Casa LOEWE, Paris



Un nouvel écrin pour Loewe : entre maison de collectionneur et boutique de luxe

Casa Loewe Montaigne ouvre un nouveau chapitre dans le retail de luxe en réunissant artisanat, culture et design au cœur de l'une des rues les plus emblématiques de la mode parisienne. Plus qu'une simple boutique, cet espace immersif offre un portrait spatial de l'univers Loewe, où mode, art et matière se rencontrent dans une expérience soigneusement orchestrée.

Pensé comme l'intimité d'un appartement de collectionneur, le concept transforme le retail traditionnel en un lieu personnalisé et curaté, reflétant pleinement l'esprit créatif et l'esthétique de la Maison. Casa Loewe devient ainsi un point de rencontre entre expérience sensorielle et univers de marque, offrant aux visiteurs un voyage unique au cœur de l'excellence artisanale.



STORE DESIGN

CELINE, Milan



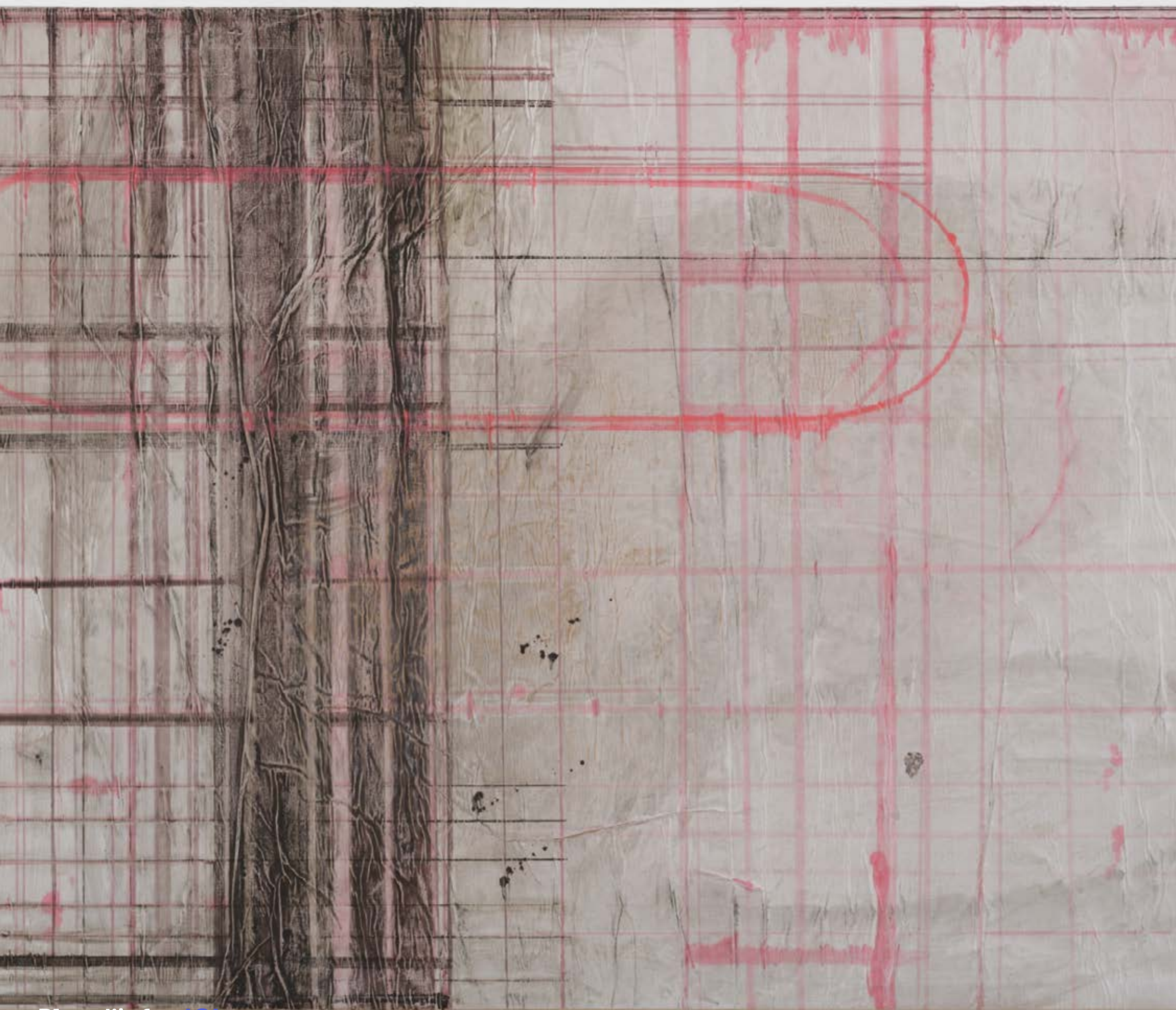
CELINE inaugure une nouvelle boutique phare à Milan, au croisement de la Via Montenapoleone et de la Via Sant'Andrea.

Le magasin de 600 m² sur deux étages reprend les codes luxueux établis par Hedi Slimane : marbres somptueux, parquet en chevron, murs blancs et accents métalliques dorés, avec en pièce maîtresse un escalier monumental en métal doré. Enrichi d'œuvres du CELINE Art Project, l'espace présente l'ensemble des collections : maroquinerie, accessoires, joaillerie, parfums, ainsi que le prêt-à-porter féminin et masculin, complété de salons privés pour une expérience exclusive.









STORE DESIGN

Lalique, Paris



Lalique rouvre son adresse historique du 11 rue Royale à Paris à l'occasion des 90 ans de son installation.

Transformé en un élégant appartement d'artistes, le nouvel espace de 115 m² met en valeur le savoir-faire de la Maison à travers une architecture intérieure raffinée : arches lumineuses ornées du motif Laurier, sol floral inspiré du dahlia, et matériaux nobles. Dès l'entrée, une envolée de soixante hirondelles en cristal, symbole de liberté, accueille les visiteurs. Conçue comme une véritable expérience immersive, la boutique propose un parcours sensoriel à travers les sept univers de Lalique, où se rencontrent poésie, héritage, modernité et émotion.







Lavish Store, Koweït



Lavish inaugure sa première boutique au Koweït

La marque de chocolats Lavish, fondée en 2008 par Shaikha Alsaqer, franchit un nouveau cap avec l'ouverture de sa première boutique, installée dans le nouvel hôpital Al Sabah à Koweït. Malgré ses 35 m², l'espace gagne en présence grâce à une ouverture sur le couloir voisin, maximisant visibilité et fluidité.

Partant d'une structure existante en bois ajouré, le design s'inspire des gestes de la confiserie : couches, textures et matériaux s'y entremêlent dans une palette terracotta et des briques locales au charme artisanal. L'aménagement s'organise autour d'un axe central liant niche d'entrée, comptoir et mur d'étagères.

Un pilier structurel, devenu mini-comptoir, est intégré à cette composition. Au-dessus, une poutre en bois suspendue guide le parcours et accueille l'éclairage. En dessous, un comptoir en briques aux angles arrondis présente la sélection de la marque. À l'arrière, des étagères en bois encadrées de briques prolongent ce langage architectural. Ici, pas de branding tapageur : l'identité de Lavish se lit dans l'espace lui-même. L'enseigne lumineuse suspendue agit davantage comme un geste d'accueil que comme une publicité.





STORE DESIGN

Polène, Copenhague



Polène ouvre son premier flagship à Copenhague

La marque parisienne Polène inaugure sa première boutique danoise sur Højbro Plads, au cœur d'Indre By. L'ouverture a attiré créateurs locaux et fidèles, tous venus découvrir les sacs sculpturaux prisés par Josephine Skriver et Kendall Jenner.

Le magasin reflète l'identité de Polène avec sobriété : courbes douces, tons neutres, matériaux raffinés et mobilier en noyer, mettant l'accent sur la structure et le design plutôt que sur le branding.

Le flagship intègre une touche locale grâce à des collaborations avec des designers de Copenhague, comme des tables en noyer, des podiums en biomatériaux et des paniers en cuir recyclé. Les visiteurs peuvent également personnaliser des charms en cuir, créant une expérience artisanale et intime.

Polène s'inscrit ainsi parfaitement dans l'esthétique scandinave, minimaliste et élégante, offrant un aperçu clair et raffiné de son univers.







STORE DESIGN

Saint Laurent, Paris



Le 18 novembre 2025, Saint Laurent a ouvert son nouveau flagship au 35-37 avenue Montaigne à Paris.

Plus qu'une simple boutique, cet espace de trois niveaux, conçu par Anthony Vaccarello, mêle luxe, design et art, avec mobilier de créateurs et œuvres contemporaines. Pensé comme un appartement de collectionneur, il offre une expérience client immersive, avec salons privés et cabines élégantes. La presse spécialisée souligne que cette ouverture marque un tournant stratégique pour la maison, renforçant son image dans le Triangle d'Or et réinventant le retail de luxe comme un lieu d'expérience culturelle et sensorielle.

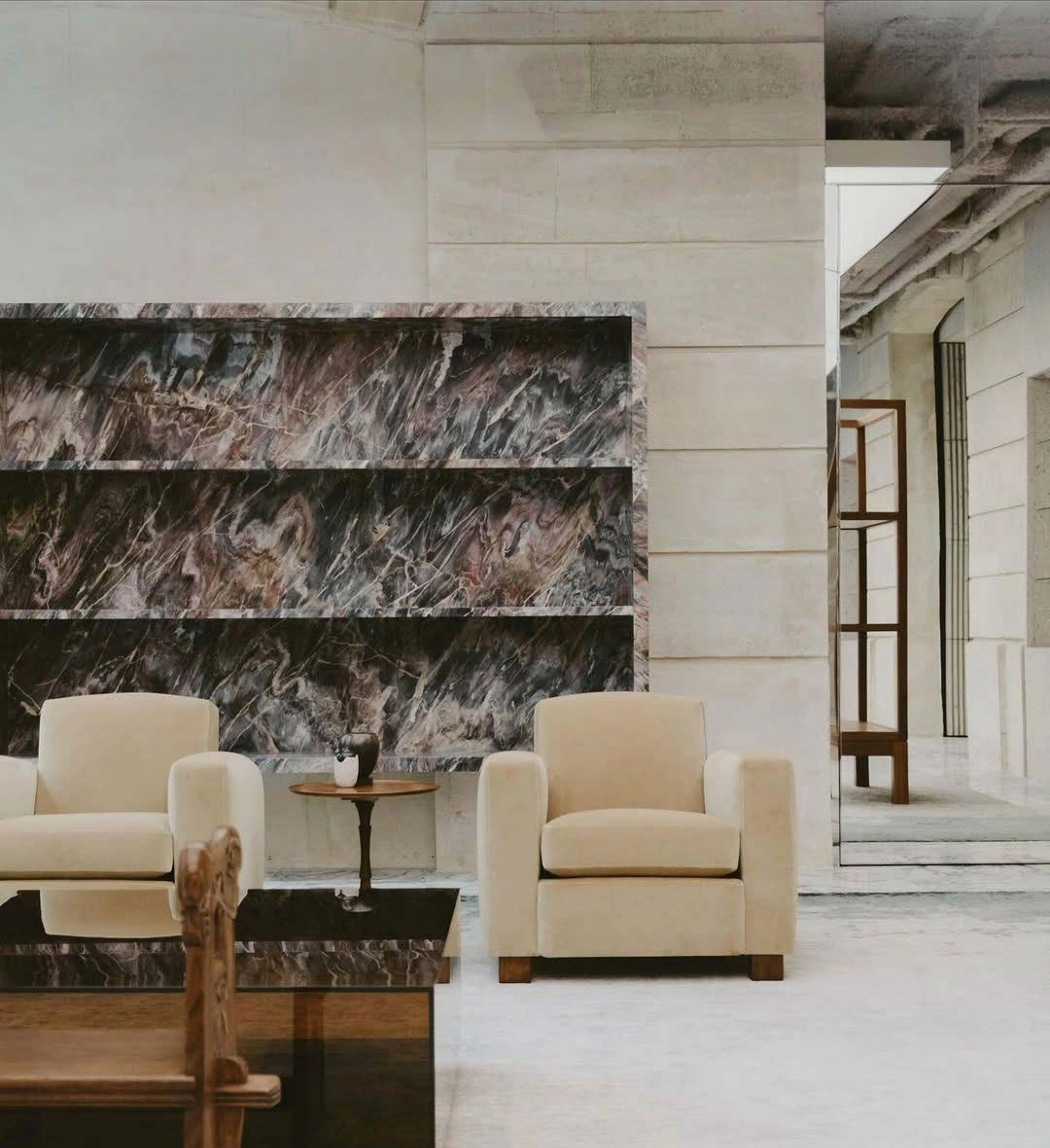














STORE DESIGN

TOTEME, Paris



TOTEME ouvre sa première boutique parisienne sur le Faubourg Saint-Honoré

Nichée au cœur de la prestigieuse rue du Faubourg Saint-Honoré, TOTEME dévoile sa première boutique parisienne, un espace de plus de 220 m² conçu avec le studio suédois Halleroed. Derrière la façade d'un hôtel particulier historique, la marque propose un univers apaisant où architecture précise et atmosphère intime se rencontrent, avec pierres calcaires italiennes, volumes épurés et lumière naturelle.

Un escalier géométrique, clin d'œil au logo de la maison, mène à l'étage, pensé comme un cocon loin de l'agitation de la ville. Plus qu'une boutique, l'espace évoque la maison d'un collectionneur, avec des pièces choisies pour leur histoire et leur âme : photographies en noir et blanc de Mikael Jansson, sofa blanc de Jonas Bohlin, meubles iconiques de Svenskt Tenn et étagère de Marc Newson.

« Nous voulions créer un espace tranquille et personnel, façonné par des pièces qui ont une signification pour nous et tout en sensibilité suédoise », explique Karl Lindman, cofondateur de TOTEME, donnant ainsi à la boutique une expérience intime et confidentielle pour ses visiteurs.







HOOSS

PII

TALITY

Hospitality

FCC, Paris



FCC : un nouveau café artistique au cœur de Paris

À Paris, FCC – pour Flâneur Coffee Club et Flâneur Contemporary Collections – ouvre un lieu hybride qui mélange café, culture et créativité. Situé rue Étienne Marcel, dans un immeuble haussmannien de 1880, le projet est porté par l'entrepreneur Ahmed Kamel et imaginé par les architectes Lucie Rosenblatt et Benoît Huen du studio MUR.MUR Architectes.

Le rez-de-chaussée, de 50 m², est un espace flexible aux murs blancs, organisé autour d'un grand bar courbé en acier inoxydable, surmonté d'un halo en néon. Le lieu garde un aspect brut, avec des morceaux de pierre d'origine visibles, et une banquette faisant aussi office de cabine DJ.

Au sous-sol, accessible par un escalier en colimaçon, se trouve The Chapel, une installation créée par l'artiste David King Reuben. Cet espace immersif est pensé pour accueillir des événements plus intimes.

FCC fonctionne comme un café et un point de rencontre pour esprits créatifs. Après avoir déjà participé à Art Basel Paris, le lieu prévoit d'organiser prochainement des rendez-vous autour de l'art, de la musique et de la mode. Au menu : cafés, matcha et boissons simples mais sophistiquées





Hospitality

OAKV Healthcare, Oakville



OAKV Healthcare : une clinique qui réinvente le cadre médical

À Oakville, en Ontario, la clinique OAKV s'éloigne des codes froids du milieu médical pour adopter une atmosphère chaleureuse, proche de celle d'un spa. Conçu par le cabinet montréalais Atelier Carle, l'espace mise sur la lumière et l'intimité pour humaniser l'expérience des soins esthétiques.

Au cœur du projet, un volume central en double hauteur surmonté d'une verrière diffuse une lumière douce dans tout l'établissement. Le noyer, utilisé en revêtement principal, apporte une chaleur immédiate, particulièrement à l'accueil où ses teintes contrastent avec l'austérité extérieure.

Le parcours intérieur est pensé comme une transition fluide entre les zones publiques ; café et boutique ; et les salles de traitement. Baignés d'une lumière tamisée, les couloirs invitent au calme et contribuent à brouiller la frontière entre clinique et espace de bien-être.









MI





FOCUS
SUR ...

Focus sur

Dior Christmas



Dior illumine les fêtes à travers ses adresses emblématiques.

Pour la saison festive, Dior déploie une série de décors spectaculaires aux quatre coins du monde, célébrant l'art topiaire et l'enchantement hivernal.

À Séoul, les vitrines s'inspirent des jardins du défilé Cruise 2026 : un bestiaire lumineux, façonné à la main, y rend hommage à la nature et aux motifs baroques de la collection.

Du côté de Londres, la boutique de New Bond Street adopte la même esthétique végétale, offrant une mise en scène féerique spécialement imaginée pour Noël 2025.

En Thaïlande, l'ouverture de la somptueuse Dior Gold House à Bangkok fait écho à la vision de Christian Dior, pensée comme un « refuge du merveilleux », mêlant éclat et savoir-faire couture.

Enfin, à Paris, 30 Avenue Montaigne s'illumine d'une installation hivernale inédite, transformant l'adresse historique en tableau radiant où brille tout l'art de la Maison.

Dior signe ainsi une célébration internationale, entre tradition, poésie et excellence artisanale.

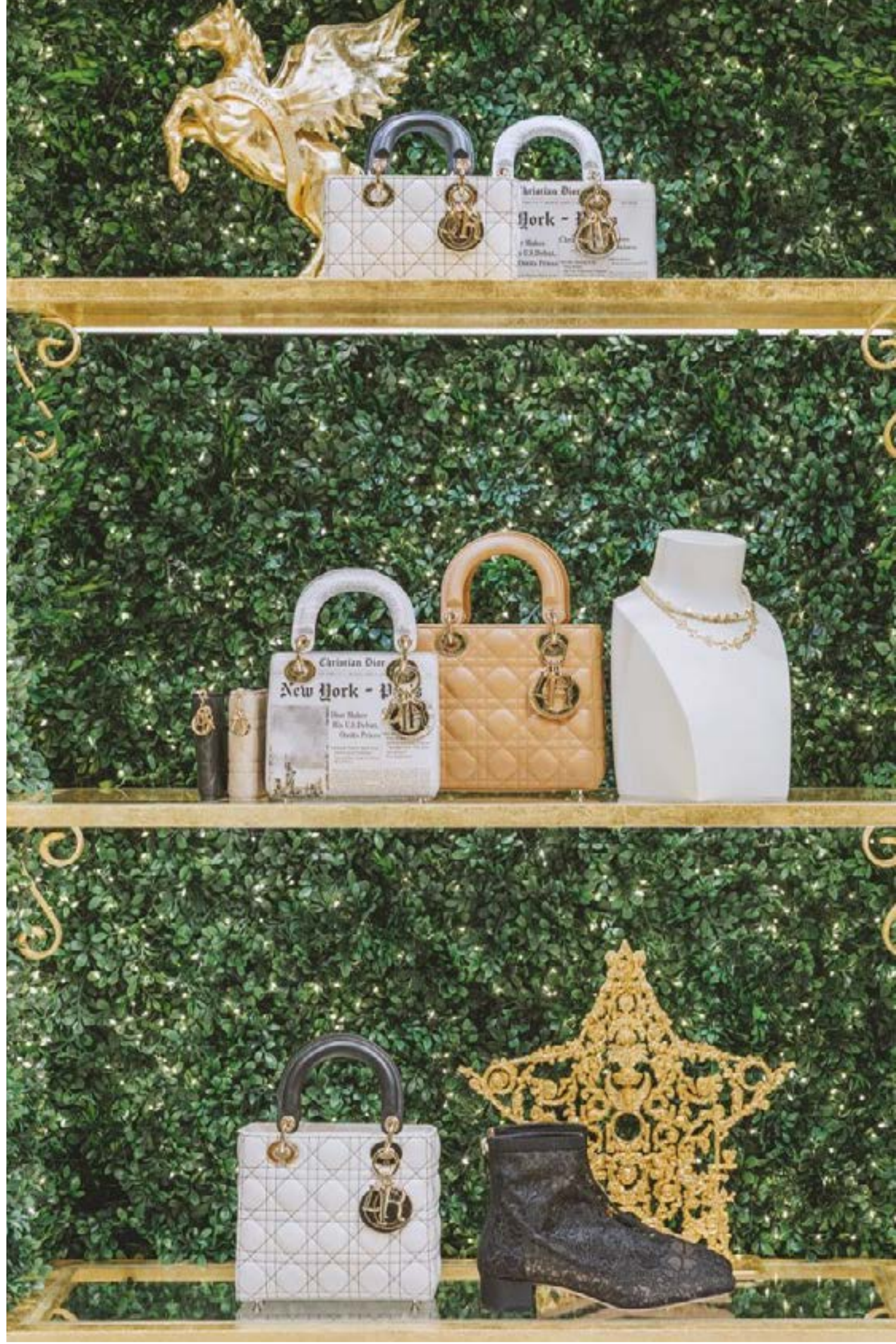
Plus d'infos [ICI](#)



Dior Christmas Séoul



Dior Christmas Londres



Dior Christmas Bangkok



Dior Christmas Paris

NEWS

News

Belmond, Paris



Belmond présente ses collections photo à Paris Photo

Pour la première fois, Belmond expose ses trois collections de livres centrés sur les destinations lors de Paris Photo, au Grand Palais. L'initiative réunit Recipes & Wanderings avec Apartamento Publishing, la série As Seen By avec RVB BOOKS, et les nouveaux Legendary Destinations avec ASSOULINE.

Ces projets photographiques, réalisés en partenariat avec des éditeurs experts, célèbrent les lieux emblématiques de Belmond à travers l'œil de photographes renommés. Le pop-up immersif, baptisé Casa Belmond, offre aux visiteurs une expérience tactile et visuelle, permettant de découvrir côte à côte cultures, paysages et récits des différentes destinations.

Pour les amateurs de photographie et de voyage, cette exposition est l'occasion unique de plonger dans l'univers créatif et cosmopolite de Belmond.



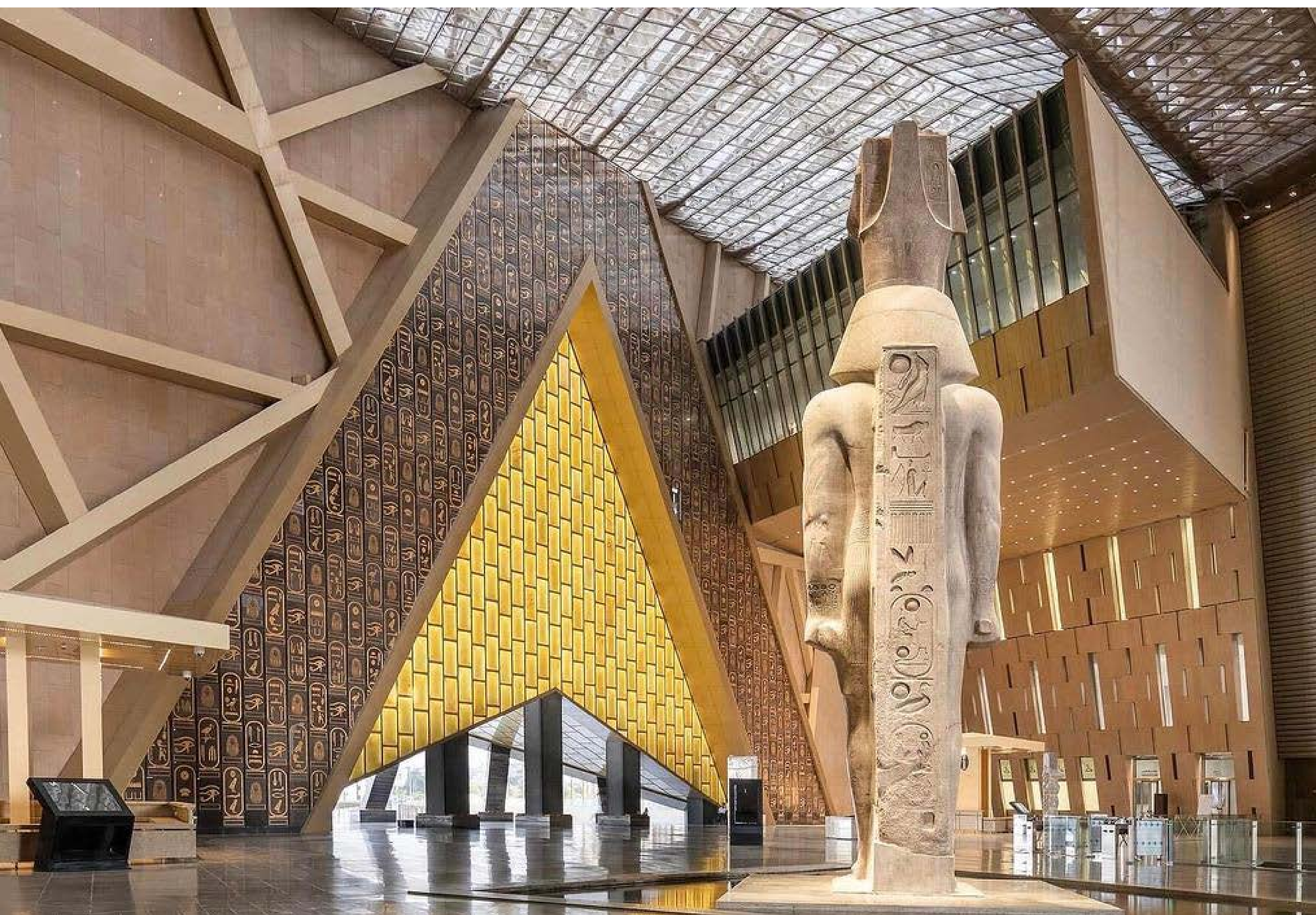
BELMOND







Le Grand Musée du Caire, Egypte



Le Grand Musée du Caire ouvre enfin ses portes

Après vingt ans de travaux et plus d'un milliard de dollars investis, le Grand Musée du Caire (GEM) a été inauguré ce samedi 1er novembre lors d'une cérémonie spectaculaire réunissant près de 80 délégations internationales. Le show de drones illuminant le ciel de Gizeh de motifs pharaoniques a offert un moment fort de cette ouverture très attendue.

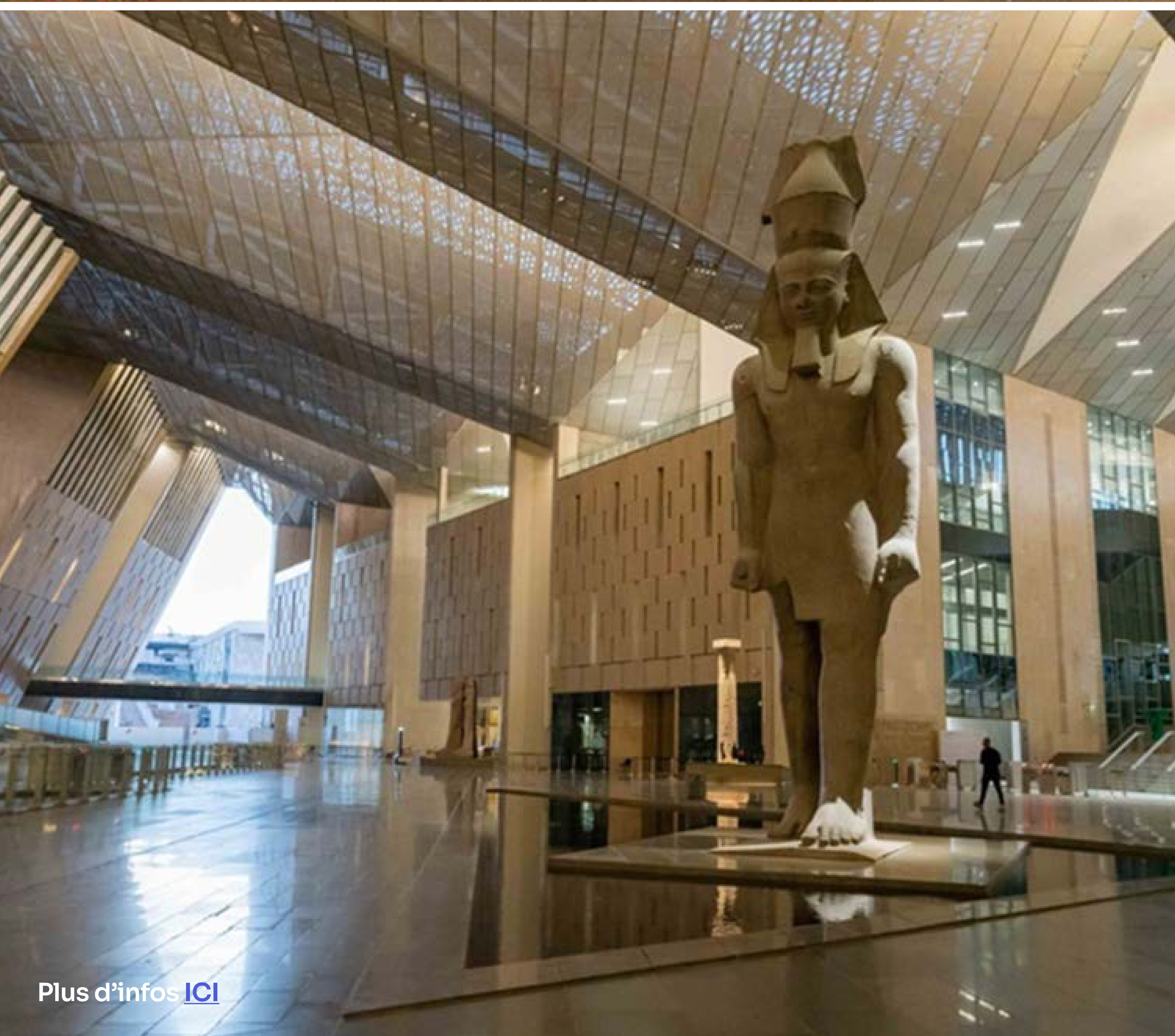
Annoncé en 1992 et lancé dix ans plus tard, le GEM devient l'un des plus grands musées au monde consacrés à la civilisation pharaonique, retraçant 5 000 ans d'histoire. L'Égypte espère y accueillir cinq millions de visiteurs par an.

Conçu par l'agence Heneghan Peng Architects, le bâtiment revisite de manière contemporaine l'architecture monumentale des pharaons. Certaines zones étaient déjà accessibles depuis 2024, dont les douze galeries principales et le Grand Hall dominé par l'imposante statue de Ramsès II.

Le public peut désormais découvrir le Grand Escalier, une spectaculaire galerie verticale de 6 000 m² évoquant le flanc d'une pyramide, bordée de statues et sarcophages monumentaux. L'ascension offre, en point final, une vue saisissante sur les pyramides de Gizeh.

Avec cette ouverture, l'Égypte affirme son ambition de faire du GEM une nouvelle référence culturelle mondiale.





Merci !